

## Raccontare la plastica fuori dagli schemi

Unionplast lancia Raccoltala Giusta, campagna di (contro)informazione su plastica e raccolta differenziata attraverso web, videopillole e canali social.

11 febbraio 2021 08:45

Alla plastica vengono oggi attribuite le peggiori nefandezze ambientali, solo in parte giustificate da reali problematiche legate alla dispersione incontrollata di rifiuti nell'ambiente, dovuta perlopiù a inciviltà, pessima educazione ambientale o carenze nei sistemi di gestione dei rifiuti.

Per rispondere agli attacchi di media e ambientalisti, Unionplast (Federazione Gomma Plastica) ha deciso di lanciare una campagna di comunicazione incentrata sull'informazione, che seppur "di parte" - quanto meno negli intenti - è necessaria per controbilanciare miti e fake news che spesso vengono propagandati anche da autorevoli mezzi di informazione.



*Raccolta differenziata delle informazioni sulla plastica*

Nasce così Raccoltala Giusta, "raccolta differenziata delle informazioni sulla plastica", una campagna che prevede inizialmente uno spazio web dedicato ([www.raccoltalagiusta.it](http://www.raccoltalagiusta.it)), canali social e 8 video pillole che saranno promosse online. In seguito, nel corso dell'anno, saranno attivati webinar, podcast, campagne di influencer marketing e newsletter.



Lo spirito dell'iniziativa lo spiegano i promotori dell'iniziativa:

"L'approfondimento sul tema e la condivisione di molti dati, spesso trascurati o sottovalutati, può elevare il dibattito sulla sostenibilità, stimolare l'approfondimento e aprire al dialogo con chiunque abbia voglia farlo. Per questo, lo spirito che anima Raccoltala Giusta è uno spirito costruttivo piuttosto che battagliero o difensivo".

La campagna sarà affiancata dalla sponsorizzazione, da parte di Unionplast e Federazione Gomma Plastica, della 33esima edizione del Premio Marketing per L'Università, competizione dedicata agli studenti promossa dalla Società Italiana Marketing. Gli studenti universitari saranno chiamati ad affrontare il tema degli imballaggi di plastica e proporre soluzioni per migliorare l'immagine di sostenibilità del materiale, riducendone i rischi e valorizzandone le opportunità. E lo faranno elaborando un piano di marketing dettagliato che toccherà aspetti strategici e operativi, con il supporto di webinar e contenuti forniti dalla Federazione.

© Polimerica - Riproduzione riservata